

Pagos Digitales en la Cafetería Atenea: Mejorando la Experiencia del Cliente.

Gustavo Adolfo Barrera Medina

Facultad de Ciencias Sociales y Empresariales Universidad Piloto de Colombia

Economía

Oscar Espinel

23 de noviembre de 2023

NOTA

Tabla de Contenido

Resumen.....	4
Introducción	5
Objetivos	6
General	6
Específicos	6
Selección de una Empresa Real e Identificación de un Proceso a Mejorar	7
Nombre de la Empresa.....	8
Modelo de Negocio	8
Misión	8
Visión	8
Valores.....	9
Estrategia.....	9
Objetivos	10
Problemas.....	10
Elección del Frente de Mejoramiento	10
Frente de Mejora	10
Planteamiento del Problema	12
Metodología Service Blueprint	13
Plantear una Solución	18
Plan de Mejoramiento Para la Cafetería Atenea	19
Objetivo General.....	19

Objetivos Específicos.....	19
Recursos Necesarios	20
Tiempo de Preparación de las Empleadas: diciembre de 2023.....	20
Computadoras para el Coaching en Informática:.....	20
Cambios en el Aplicativo de Facturación:	20
Dispositivo Móvil para Validación de Pagos:	20
Plan de Acción:	21
Diciembre de 2023: Sesiones de Coaching en Informática (Semana 1 a Semana 4).....	21
Enero de 2024: Implementación de Pagos Digitales (Semana 1 a Semana 2)	21
Enero de 2024: Validación de Pagos Digitales (Semana 3 a Semana 4) ..	21
Febrero de 2024: Implementación Completa (Semana 1)	21
Bibliografía	¡Error! Marcador no definido.

Resumen

En este trabajo, se aborda la problemática de no aceptar pagos digitales en la Cafetería Atenea, y como su implementación mejorará la experiencia del cliente. Se propone un plan de mejora en el que se incluye la capacitación de las empleadas a través de sesiones de coaching en informática, la incorporación de opciones de pago digital como Nequi y Daviplata en el sistema de facturación, y la validación de pagos a través de dispositivos móviles. Además, se ha creado un diagrama de flujo para visualizar el proceso de pago con los nuevos procesos. El objetivo principal es transformar la cafetería en un negocio más moderno y eficiente en la era digital.

Introducción

En un mundo con constante cambio tecnológico, surgen nuevas tendencias en el ámbito empresarial, enfocadas en la búsqueda de la satisfacción del cliente, la cual se ha convertido en un elemento preponderante para cualquier negocio. En este contexto, el presente trabajo tiene como objetivo realizar un diagnóstico en la implementación de los pagos digitales, del cual que derive un plan de mejora en caso de no encontrarse implementados de forma que la Cafetería Atenea pueda aumentar su recaudo a través de la recepción de otros medios de pago

La importancia de este trabajo radica principalmente en mejorar uno de los procesos en la cafetería Atenea utilizando las herramientas proporcionadas durante el seminario sobre liderazgo 4.0 y transformación digital. Por un lado, consolida las herramientas de liderazgo aprendidas durante el seminario y por otra contribuye a la misión de la Academia de abordar los desafíos que enfrenta la sociedad, en este caso a través del diagnóstico de las problemáticas en los procesos de Atenea.

Para lograr lo anterior se usará la metodología Service Blueprint que es un enfoque de la gestión de servicios que permite mapear y analizar en detalle los procesos e interacciones dentro de un entorno de servicio. Esta herramienta nos permitirá analizar los procesos internos de la cafetería Atenea obteniendo una panorámica de su cadena de servicio con un enfoque particular en la experiencia del cliente. Los resultados obtenidos serán esenciales para proponer soluciones que apunten a la mejora de la experiencia del cliente.

Objetivos

General

Diseñar un plan de mejora estratégico, basado en los resultados obtenidos a través de la metodología Service Blueprint, con un enfoque específico en los procesos de pagos digitales y su impacto en la experiencia del cliente en la Cafetería Atenea.

Específicos

Realizar un diagnóstico de los procesos de la Cafetería Atenea, con el propósito de detectar aquellos que afecten de forma negativa su desempeño, poniendo énfasis en la experiencia del cliente y en particular el estado de la implementación de medios de pagos digitales.

Identificar los procesos relacionados con la implementación de los pagos digitales en la Cafetería Atenea mediante la metodología Service Blueprint de forma que se puedan tener claridad sobre el estado en la aplicación de esta forma de pago.

Aplicar las herramientas aprendidas durante el seminario Liderazgo 4.0 y Transformación Digital, tales como transformación digital, gestión del cambio coaching y gestión de equipos de alto desempeño a los resultados derivados de la metodología Service Blueprint, proponiendo soluciones que impacten en las áreas de posible mejora que se hayan identificado.

El plan de mejora incluirá recomendaciones prácticas y soluciones destinadas a abordar las problemáticas identificadas, con el propósito de optimizar la satisfacción del cliente.

Selección de una Empresa Real e Identificación de un Proceso a Mejorar

Para el trabajo final del seminario, se ha seleccionado a la cafetería Atenea, ubicada en el barrio Tabora, como caso de estudio. Durante el análisis, se han identificado varios procesos que requieren mejoras significativas en términos de organización y eficiencia. Uno de los problemas que afecta a la cafetería es la subutilización de su capacidad instalada, lo cual está directamente relacionado con la gestión del liderazgo y conlleva un costo de oportunidad considerable.

Además, se ha observado que la implementación del aplicativo de facturación presenta algunas deficiencias en su ejecución. Un ejemplo concreto de lo anterior es la subutilización del módulo de inventario, lo que se crea en una falta de visión integral en la gestión del negocio.

Otro elemento a destacar por su impacto crítico dentro de la organización, cuyas consecuencias negativas se reflejan directamente en el recaudo de la cafetería, es la ausencia de otros medios de pago aparte del efectivo. Esta problemática deriva principalmente de la limitada formación en informática de las trabajadoras lo que representa un desafío importante en la implementación de dichas alternativas limitando la capacidad de la cafetería para adaptarse a las tendencias actuales del mercado.

Finalmente, se encuentra la ausencia de una definición formal de la misión, visión y objetivos de la cafetería, elementos clave en la dirección estratégica de una empresa. Esta ausencia es producto de las dinámicas informales presentes en los orígenes de la cafetería. No han sido formalizados por la organización, ya que esta ha optado por un enfoque más pragmático y funcional, centrado en las ventas, considerando a estos elementos como subsidiarios. No obstante, esta falta de formalización no disminuye su importancia. Sin embargo, el enfoque

principal se centra en el estado de la implementación de pagos digitales. A modo de ejercicio de identificación de la empresa, se sugiere algunos de estos elementos para no dejar estos puntos en blanco

Nombre de la Empresa.

Cafetería Atenea.

Modelo de Negocio

La cafetería facilita la estadía de los usuarios y visitantes de la clínica infantil Santa María del Lago a través de la venta de productos necesarios para su estancia y la provisión de espacios de espera.

Misión

Aunque actualmente no cuenta con una misión formal, se recomienda crear una que se enfoque en hacer que la estancia de los clientes en la clínica sea lo más agradable posible.

Visión

Asimismo, no se evidencia una definición formal de la visión, pero se propone considerar la creación de una que se enfoque en ser reconocidos como la cafetería de confianza, brindando comodidad y bienestar a los usuarios de clínicas a través de una atención al cliente excepcional y un menú variado.

Valores

En la exploración de la empresa, se observaron varios valores que se destacan dentro de su filosofía. Entre ellos, la eficiencia emerge como un valor transversal, lo que permite despachar rápidamente a los clientes. Asimismo, se enfatiza la calidad de los productos, que son frescos y, en algunos casos, son adquiridos a familias del barrio que contribuyen a la oferta de la cafetería y a la economía popular. La higiene y limpieza son otro aspecto esencial, dado el entorno de servicios médicos. Además, se promueve la comunidad con los trabajadores, a quienes se suele denominar “compañeros”, lo que fortalece el sentido de pertenencia y colaboración en la empresa

Estrategia

Se destaca una estrategia centrada en la atención al cliente, donde la empatía es una actitud destacada. Esto se debe en gran medida a la experiencia previa de las trabajadoras en áreas del servicio de alimentos, antes de ser trasladadas al nuevo servicio de cafetería. En dicha clínica, que operaba de manera formal, recibieron capacitación en la humanización del servicio, lo que ha influido en su enfoque hacia la atención al cliente. La empatía y el buen trato al paciente se han convertido en parte inherente de sus prácticas, ahora aplicadas en el contexto de la cafetería.

Por otro lado, varios clientes han expresado una percepción interesante: han resaltado la accesibilidad de los precios de la cafetería, a menudo calificándolos como 'justos' o 'económicos' en comparación con otras cafeterías ubicadas en servicios médicos a las que han tenido acceso. Aunque esta percepción es subjetiva y anecdótica, puede ser un elemento diferenciador para el

negocio de la cafetería. Sin embargo, es importante reconocer que, actualmente se carece de herramientas metodológicas que les permitan capturar y medir esta percepción de manera objetiva y cuantitativa y no es el alcance de este trabajo proporcionarlos.

Objetivos de la Empresa

Por lo que se pudo observar principal objetivo es aumentar las ventas para ampliar los ingresos, aunque estos no están formalmente definidos junto con la misión y visión de la empresa.

Problemas

Atenea cuenta con varios problemas relacionados entre sí: la falta de capacitación en herramientas tecnológicas para sus empleadas, debido a que la mayoría tiene un grupo etario de entre 40 y 60 años y solo cuentan con educación primaria. Además, se evidencia la subutilización de la capacidad instalada, con estufa, parrilla y freidora inutilizadas, así como una mala implementación del aplicativo de facturación en los módulos de inventarios y seguimiento de compras.

Elección del Frente de Mejoramiento

Frente de Mejora

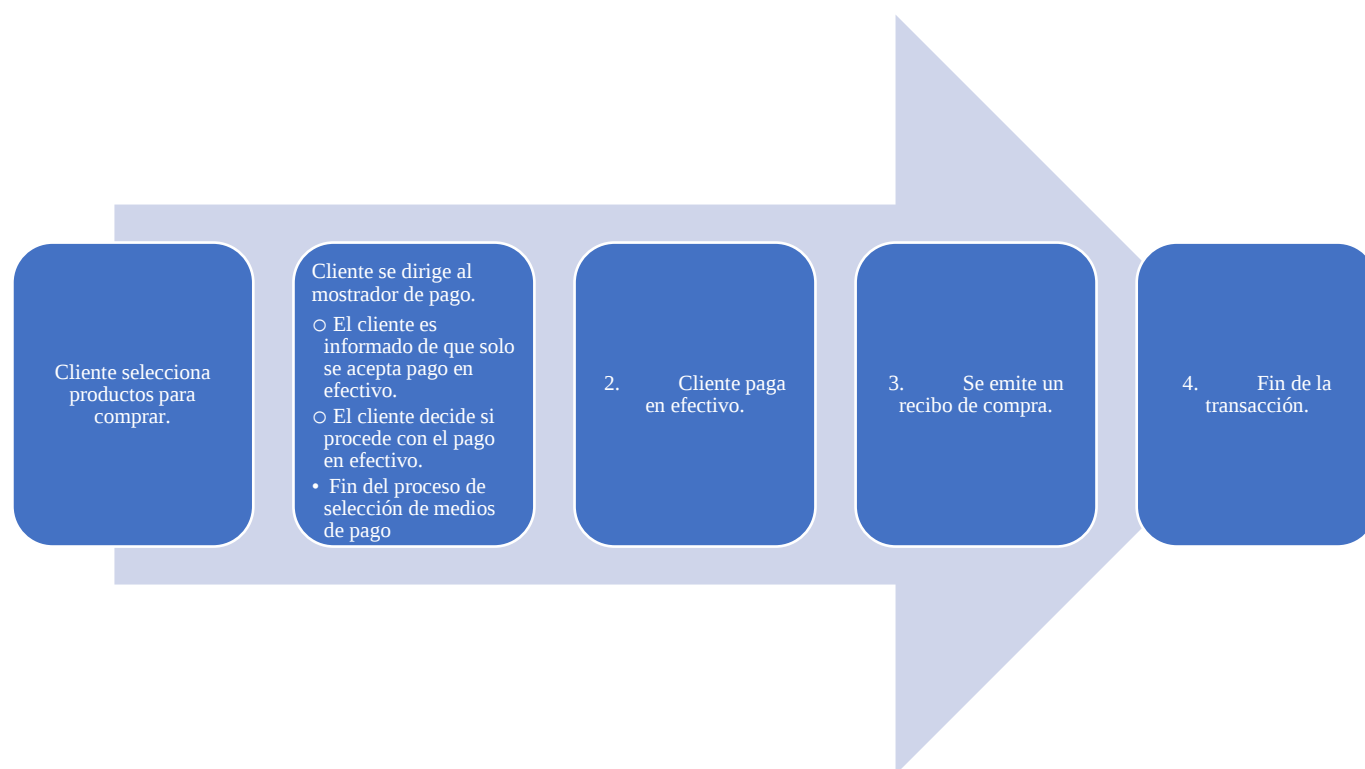
Tal como se menciona en el apartado de problemas, en la Cafetería Atenea se encontraron dos áreas que presentan oportunidades significativas de mejora. El primer frente de mejora se relaciona con la subutilización de la capacidad instalada. La segunda área de mejora se centra en

la falta de implementación de pagos digitales, lo que afecta negativamente el recaudo y la experiencia del cliente. Dada la relevancia esta última área, se ha optado por seleccionar la implementación de pagos digitales como el principal frente de mejora en este trabajo.

A continuación, se presenta un diagrama de flujo que describe el proceso actual de pagos en la cafetería Atenea. En un punto del proceso, se brinda la posibilidad al cliente de tomar la decisión de proceder o no con la compra.

Figura 1

Proceso de pagos en Atenea



En el diagrama, se evidencia una etapa en la que el cliente puede optar por continuar o no con la compra, dado que, en la actualidad, la cafetería solo admite efectivo como forma de pago.

Este momento resulta crucial y resalta la necesidad de introducir mejoras en el área de pagos mediante la implementación de opciones digitales. De esta manera, se transforma el proceso de pagos en un campo con margen de mejora significativo

Elección del Proceso a Mejorar

Considerando los objetivos de este trabajo, se ha optado por intervenir el proceso de recepción de pagos en la Cafetería Atenea. Esta intervención comprende la formación de las trabajadoras en el uso de herramientas informáticas y la implementación de un sistema eficiente para registrar los pagos digitales en el aplicativo de facturación de la cafetería.

Esta elección se fundamenta en la necesidad de adaptarse a las tendencias actuales del mercado, reducir la resistencia a la adopción de pagos digitales y mejorar la experiencia del cliente. Al enfocarse en este proceso, se abordan oportunidades de mejora relacionadas con la transformación digital, gestión del cambio y la eficiencia en la operación del negocio.

Planteamiento del Problema

La Cafetería Atenea enfrenta una pérdida de ventas como resultado de la no implementación de opciones de pago digital, tal como se observa en el diagrama de flujo, esto en un entorno cada vez más digital e interconectado, restringe la capacidad de la cafetería para satisfacer las expectativas cambiantes de sus clientes. Esta pérdida de ventas impacta directamente los ingresos de la empresa.

La ausencia de opciones de pago digital no solo afecta la experiencia del cliente en Atenea, sino que también incide en la imagen de la cafetería y su competitividad en el mercado. al limitar la flexibilidad que los clientes esperan al consumir o realizar compras en la cafetería.

Esta experiencia negativa implica un proceso de compra menos eficiente y conveniente, lo que podría disuadir a los clientes de no regresar a la cafetería. Además, en un entorno donde la digitalización se ha convertido en la norma, la falta de opciones de pago digital puede percibirse como un indicador de falta de adaptación e innovación por parte de la cafetería.

En consecuencia, la no implementación de pagos digitales no solo afecta la experiencia inmediata del cliente, sino que también incide en el posicionamiento de la cafetería en un sector altamente competitivo. Abordar este desafío se convierte en una prioridad para garantizar la relevancia a largo plazo. Atenea.

La pérdida de ventas derivada de la no recepción de pagos digitales, viene de la resistencia al cambio por parte de las empleadas de la cafetería Atenea. Este obstáculo se manifiesta especialmente en la adopción de herramientas tecnológicas. La falta de familiaridad con la tecnología y la renuencia a aprender nuevas habilidades tecnológicas están limitando la capacidad de la cafetería para implementar soluciones digitales que podrían mejorar la experiencia del cliente y por consiguiente sus ingresos.

Metodología Service Blueprint

El Service Blueprint, según lo definido en el seminario de liderazgo 4.0 y transformación digital por Carolina Orejuela el 12 de agosto, es una herramienta que ilustra de manera

sistemática lo que debe ocurrir tanto en el frente del usuario como en los procesos internos (el "back") para que la experiencia del cliente se desarrolle de manera efectiva. Este enfoque evidencia la necesidad de un trabajo integral y sincronizado entre diferentes áreas y equipos dentro de una organización (Orjuela, 2023). En esta clase se explica que puede lograr una organización con al implementarla:

Permite identificar, cuestionar y reflexionar sobre los desperdicios e inflexibilidades

- Esperas
- Talento de los colaboradores
- Inventario
- Producción en exceso
- Transporte
- Exceso de procesamientos
- Retrabajo
- Movimientos
- Controles redundantes
- Trabajos por lotes

Por otra parte esta metodología ha mostrado un uso extendido por su efectividad en varias empresas, tal es el caso de IBM (Bitner, et al, 2008) en donde se implementó para hacer su servicio en innovación más eficiente, efectivo y rápido usando dos análisis de servicio y logrando con ello identificar aquellos aprendizajes obtenidos en investigaciones anteriores para usarlos en el futuro, esto muestra la potencia y efectividad de dicha metodología como herramienta de diagnóstico y robustece su implementación dentro de la cafetería Atenea para brindar una mejor experiencia al cliente

En la tabla 1 se encuentra el Servicio Blueprint, se describe el proceso que atraviesa el usuario a la hora de acercarse a la cafetería particularmente en lo referente a almuerzos y recepción de pagos desde la perspectiva del comprador. Se evidencia que existe un sentimiento de frustración para el cliente en su recorrido—denominado como punto de dolor- a saber, la no disposición de pagos digitales además no ofrecerse almuerzos, esto representa un coste de oportunidad para el paciente quien tiene que retirarse de la clínica con los riesgos que ello implica — perder el turno, el stress de dejar a su familiar o hijos solos, dado que es una clínica infantil-.

Por parte de la empresa se observa que si tiene la capacidad instalada para hacer almuerzos y además cuenta con los medios para poder satisfacer a gusto las necesidades del cliente.

Tabla 1*Service Blueprint de la Cafetería Atenea*

FRONT DEL USUARIO	PUNTO DE CONTACTO/CANALES	Sala de espera, tienda, correo electrónico, página web, chat, <i>contact center</i> , otros.	ANTES			DURANTE	DESPUÉS
			Mostrador			Mostrador	Mostrador
(QUÉ VE, A QUIÉNES VE, QUÉ PERCIBE, QUÉ USA, CUÁNTO SE TOMA)	PERSONAS DE CONTACTO	Vigilante, cajero, auxiliar, recepcionista, agente, otros.	Auxiliares de cafetería			Auxiliares de cafetería	Auxiliares de cafeterías
	ACCIONES	¿Qué actividades y acciones suceden?	Elección de los productos			Pago	Recepción de los productos
	OBJETOS O HERRAMIENTAS	Sillas, mesas, formularios diligenciados, documentos, otros.	No Aplica			No Aplica	No Aplica
	TIEMPO IDEAL	¿Cuál sería el tiempo ideal que le toma al usuario este momento? (en minutos, horas, días, semanas o meses)	2 a 4 minutos			2 a 4 minutos	2 a 4 minutos
RUTA DEL USUARIO	MOMENTO DE VERDAD DESDE USUARIO	Paso a paso que lleva el usuario (los nodos)	El cliente manifiesta su interés en adquirir un producto de la cafetería	El comprador pregunta: - ¿Hay almuerzos o preparaciones no sean snacks o la pastelería exhibida? - ¿Qué medios medios de pago hay disponibles?	Recibe como respuesta - La cafetería solo prepara desayunos y ofrece productos de pastelería y "paquetes" - Maneja solo efectivo como medio de pago	el cliente pondera si procede con la compra de acuerdo a si existen otras alternativas como almuerzo y del medio de pago que disponga en el momento	Si solo dispone de dinero digital y además quiere almorzar la venta no se efectúa
(PASO A PASO)	QUÉ OBJETIVO TIENE EL USUARIO	¿Qué busca, qué espera, que pretende el usuario en cada momento?	Adquirir un producto	Diferentes alternativas gastronómicas y medios de pago para evitar salir de la clínica		Realizar o no la compra de acuerdo a los productos y medios de pago de que dispone la cafetería	Al no haber alternativas como almuerzos o pago en el efectivo busca otro negocio que maneje mas opciones de pago demas de almuerzos
	EMOCIONES DEL USUARIO	¿Qué emoción siente el usuario? (felicidad, tristeza, ansiedad, angustia, molestia, furia, incertidumbre, nervioso, deprimido, orgulloso, sorprendido, otros)	Deseo	Duda: ¿Reciben otros medios de pagos?	Incertidumbre	Decepción	Frustración, debe salir de la clínica y encontrar un negocio con alternativas otras de pago -coste d eoportunidad-
ACCIONES PASAN DETRÁS (BACK)	QUIÉNES HACEN	¿Quiénes son los colaboradores o áreas que hacen que ese momento de verdad sea haga realidad?	Auxiliares de cafetería			Auxiliares de cafetería	Auxiliares de cafetería
(QUÉ HACEN, A QUIÉNES HACEN, CÓMO LO HACEN)	EN DÓNDE	¿En qué sitio, espacio, sede o lugar esos colaboradores o áreas realizan la tarea?	Mostrador			Caja	Mostrador
	OBJETOS O HERRAMIENTAS	¿Qué objetivos, herramientas, maquinaria o utensilios necesitan para hacer realidad el momento de verdad?	Surtido de Productos			Computador	Despacho si la compra se efectúa
	ACCIONES	¿Qué actividades y acciones suceden?	Preparación de la Orden Solicitada			Facturación	Entrega de los productos
	TIEMPO ACTUAL	¿Cuánto tiempo le toma actualmente a los colaboradores o áreas realizar este momento? (en minutos, horas, días, semanas o meses)	2 a 4 minutos			2 a 4 minutos	2 a 4 minutos
	QUÉ TECNOLOGÍA LOS APALANCA	¿Qué herramientas se utilizan? (software, equipos, aplicaciones, otros)	Hornos, refrigeradores, estufa industrial solo para desayunos			Aplicativo de facturación POS	No aplica

Fuente: elaboración propia a partir de la metodología Blueprint

En la tabla 2 se hace una matriz de Eisenhower de priorización de elementos importantes y urgentes con la finalidad de elegir cuál de los problemas mencionados anteriormente se debe abordar de forma urgente se utiliza esta herramienta porque de acuerdo con Saldaña (2018)

“Lo grandioso de esta herramienta... te obliga a valorar todas las tareas y no encasillarlas como urgentes, sino que hace que planifiques, delegues o deseches las acciones dependiendo de tus objetivos. Lo que la hace no sólo buena para la organización, sino que además te hace ser más eficiente.” (p. 18)

Para la elaboración se le asigno una mayor prioridad a los pagos digitales dado que con su implementación de forma inmediata se aumentan los ingresos de la cafetería en el corto plazo. Por otra parte, la preparación de almuerzos afecta la eficiencia de la empresa dado que es necesario la contratación de mano de obra para la cocina además del mantenimiento y puesta en marcha de las planchas y parrillas que han estado inutilizadas por largo tiempo por lo que dicho problema se catalogó como importante pero no urgente

En resumen, el problema central que se abordara es la pérdida de ventas causada por la falta de opciones de pago digital en la cafetería Atenea, agravada por la resistencia al cambio en la adopción de tecnología por parte de las empleadas. Este problema tiene implicaciones financieras y competitivas significativas que requieren soluciones efectivas en el contexto de la transformación digital y el liderazgo 4.0.

Tabla 2*Matriz de Eisenhower para cafetería Atenea*

	Urgente	No Urgente
Importante	Recepción de pagos digitales	Inadecuada implementación del software de facturación
No importante	Subutilización de capacidad instalada	N/A

Fuente: Elaboración propia**Plantear una Solución**

Para abordar este problema, proponemos una solución que involucra dos elementos clave. Primero, se implementará un programa de coaching destinado a mejorar las habilidades tecnológicas de las empleadas, permitiéndoles adoptar herramientas informáticas de manera efectiva. Este coaching no solo abordará la resistencia al cambio, sino que también fomentará la lealtad y el compromiso de las empleadas hacia la empresa.

En segundo lugar, se llevará a cabo la implementación de opciones de pago digital en la cafetería Atenea. Aunque la aplicación de medios de pago digitales puede parecer sencilla a simple vista, con la sola descarga de la aplicación y la creación del medio de pago en el aplicativo de facturación, es importante destacar que esta implementación no se limita a una acción aislada. El desafío que se aborda en este trabajo es la integración completa de pagos digitales usando las herramientas propuestas por el seminario.

Entre estas herramientas, el coaching desempeña un papel crucial. No se trata únicamente de proporcionar una aplicación y esperar resultados instantáneos. la estrategia involucra la

entrega de un programa de coaching en informática a las empleadas. Este enfoque busca eliminar el miedo a la tecnología que algunas de ellas, permitiéndoles así ingresar pagos digitales de manera efectiva.

En otras palabras, la implementación de pagos digitales es parte de un proceso integral y secuencial. En primer lugar, se brinda capacitación para que las empleadas adquieran las habilidades tecnológicas necesarias. Posteriormente, se implementan los pagos digitales de manera efectiva en la cafetería Atenea. Esta estrategia se basa en la comprensión de que el éxito de la transformación digital no depende únicamente de la tecnología en sí, sino también de la preparación de las personas la utilizan. Es esta combinación lo que permitirá avanzar hacia un modelo de negocio más eficiente y orientado al cliente.

Plan de Mejoramiento Para la Cafetería Atenea

Objetivo General

Implementar soluciones de pagos digitales en la Cafetería Atenea, mejorando la experiencia del cliente.

Objetivos Específicos

Capacitar a las empleadas en habilidades tecnológicas a través de un programa de coaching en informática.

Integrar los pagos digitales, como Nequi y Daviplata, en el aplicativo de facturación de Atenea.

Establecer un proceso de validación de pagos digitales a través de dispositivos móviles.

Recursos Necesarios

Tiempo de Preparación de las Empleadas: diciembre de 2023.

Se llevará a cabo varias sesiones de coaching en informática a lo largo del mes de diciembre de 2023 para que las empleadas adquieran las habilidades necesarias para operar con pagos digitales.

Computadoras para el Coaching en Informática:

Se necesitarán computadoras disponibles para el entrenamiento de las empleadas.

Cambios en el Aplicativo de Facturación:

Se requerirá la colaboración de Gustavo Barrera, encargado del aplicativo de facturación de Atenea, para incorporar las opciones de Nequi y Daviplata en el sistema.

Dispositivo Móvil para Validación de Pagos:

Se adquirirá un dispositivo móvil para verificar y confirmar los pagos digitales realizados por los clientes.

Plan de Acción:***Diciembre de 2023: Sesiones de Coaching en Informática (Semana 1 a Semana 4)***

Durante todo el mes de diciembre, se llevarán a cabo sesiones de coaching en informática para las empleadas. Estas sesiones se centrarán en el manejo de computadoras y herramientas tecnológicas, así como en la capacitación sobre el uso de dispositivos móviles para la validación de pagos digitales.

Enero de 2024: Implementación de Pagos Digitales (Semana 1 a Semana 2)

En la primera semana de octubre, Gustavo Barrera apoyara a las trabajadoras como ejemplo para en la incorporación de Nequi y Daviplata en el aplicativo de facturación de Atenea.

Durante la segunda semana de octubre, las trabajadoras recibirán los pagos digitales sin la ayuda de Gustavo Barrera se realizarán pruebas exhaustivas para garantizar que los pagos digitales funcionen sin problemas.

Enero de 2024: Validación de Pagos Digitales (Semana 3 a Semana 4)

Se adquirirá el dispositivo móvil necesario para validar los pagos digitales y se capacitará al personal en el uso del dispositivo móvil y en el proceso de validación de pagos.

Febrero de 2024: Implementación Completa (Semana 1)

Se implementará oficialmente la opción de pagos digitales en la cafetería Atenea.

Referencias

- Bitner, M. J., Ostrom, A. L., & Morgan, F. N. (2008). Service Blueprinting: A Practical Technique for Service Innovation. *California review*. Obtenido de http://media.loft.io.s3.amazonaws.com/attachments/Service_blueprinting_A_practical_technique_for_se.pdf
- Orjuela, C. (2023, 12 de agosto). Seminario de liderazgo 4.0 y transformación digital [Clase magistral]. Universidad Piloto de Colombia
- Saldaña, V. C. (2018). *La Gestión Del Tiempo Como Principal Factor en Atención al Cliente De Catering En El Cono Norte - Revisión Sistemática En Los Últimos 5 Años. Bachiller en Administración, Universidad privada del Norte*. Lima. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/21572/Salda%C3%B1a%20Vilca%20C%20Christian%20Alberto.pdf?sequence=3&isAllowed=y>.